

E-BOOK

LEGALNA WSPÓŁPRACA MARKI Z TWÓRCĄ I INFLUENCEREM



**PRAKTYCZNY PORADNIK DLA
MAREK, AGENCJI
MARKETINGOWYCH, TWÓRCÓW
I INFLUENCERÓW**

kantorowski^x
głęb

PIOTR KANTOROWSKI

Spis Treści

Wstęp	3-4
Część I: Prawne pułapki w świecie marketingu cyfrowego – to wydarzyło się naprawdę	5
Dlaczego warto mieć ten ebook?	6-9
Historia pierwsza – Jeśli opinie to tylko prawdziwe	10-13
Historia druga – Współpraca to za mało, czyli influencerze oznacz posty zgodnie z prawem	14-18
Część II: Prawny drogowskaz na marketingowej drodze marki	19
Rozdział I: Content marketing i twórczość internetowa jako prasa	20-25
Rozdział II: Twórczość internetowa i content marketing jako VOD	26-31
Rozdział III: Reklama i marketing przy wykorzystaniu twórczości internetowej	32-38
Rozdział IV: Legalne wykorzystywanie cudzych treści	39-44
Rozdział V: Autoryzacja rozmów z gośćmi w prasie i innych formach przekazu	45-48
Rozdział VI: Ochrona wizerunku i prawo panoramy w przestrzeni cyfrowej	49-53
Rozdział VII: Ochrona twórcy i jego twórczości	54-58
Rozdział VIII: Umowy z twórcami i influencerami i podatki	59-63
Część trzecia – Wzory umów i dokumentów.	64
Wniosek o rejestrację czasopisma	65-66
Oświadczenie redaktora naczelnego	67
Umowa o stworzenie treści wideo/audio z przeznaczeniem na content marketing marki	68
Umowa o stworzenie treści Wideo z przeznaczeniem na content marketing marki	69-81
Umowa sponsoringu treści	82-83
Umowa o sponsoringu twórcy internetowego	84-88
Umowa na udział w podcaście audio-video	89-90
Umowa o udział w nagraniu audio-video	91
Umowa o zamieszczenie reklamy marki lub produktu	92-100
Umowa o zamieszczenie reklamy marki lub produktu z twórcą internetowym	101-102
Umowa Współpracy z Influencerem	103-109
Umowa na montaż i obróbkę nagrań podcastów oraz treści wideo na YouTube	110-116
Umowa na montaż i przygotowanie nagrania audio/video do publikacji	117-125
Zakończenie	126-127
BIO	128-129

Wstęp

Witaj w świecie, gdzie prawo łączy się z dynamicznie rozwijającym się światem marketingu cyfrowego. Z radością przedstawiam Ci ten poradnik, będący owocem mojej zawodowej podróży, która zetknęła mnie z twórcami, agencjami kreatywnymi, markami oraz marketingiem online. To połączenie doświadczeń i wiedzy chcę teraz przekazać Tobie, skupiając się na potrzebach i wyzwaniach agencji marketingowych oraz marek, które samodzielnie lub we współpracy z innymi podmiotami angażują się w reklamę i influencer marketing. Oczywiście, jeśli jesteś twórcą lub influencerem to także znalazłeś się w dobrym miejscu. Celem tego poradnika jest dostarczenie praktycznych narzędzi i wskazówek, które umożliwią Ci prowadzenie legalnych i skutecznych działań w obszarze marketingu cyfrowego. Znajdziesz tu wzory umów, wniosków i innych dokumentów niezbędnych w codziennej pracy, nie tylko dla twórców internetowych, ale przede wszystkim dla agencji marketingowych i marek. Głównym celem książki jest wyposażenie Cię w umowy oraz merytoryczną wiedzę kluczową dla działań reklamowych i marketingowych w cyfrowym świecie mediów. Ten poradnik, jak zresztą wynika z jego tytułu, jest maksymalnie praktyczny i przedstawiam w nim tylko te zagadnienia, z którymi wiem, że będziesz miał styczność wykorzystując treści, twórczość internetową, czy zasięgi influencerów do promocji marki swojej, czy swoich klientów.

Wstęp

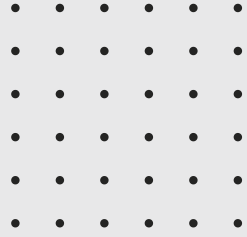
Ten poradnik jest skierowany do szerokiego spektrum odbiorców: od agencji marketingowych, przez profesjonalistów zajmujących się marketingiem internetowym, aż po marki, które chcą wykorzystywać content marketing, aby promować się i docierać do nowych odbiorców. Oczywiście twórcy internetowi oraz influencerzy także znajdą w nim potrzebną im wiedzę i dokumenty. Niezależnie od tego, czy dopiero wkraczasz w świat marketingu cyfrowego, czy jesteś doświadczonym graczem na tym polu, ten poradnik ma wesprzeć Cię w rozumieniu i zastosowaniu prawa w Twoich działaniach online.

E-book jest napisany językiem zrozumiałym dla każdego, bez zbędnego prawniczego żargonu, poradnik ma nie tylko informować, ale i inspirować do tworzenia świadomej i odpowiedzialnej strategii marketingowej. Oczywiście, nie aspiruje tu, aby "wyczerpać temat". Chcę przede wszystkim, aby ten poradnik był Twoim drogowskazem w zawłościach prawnych świata online, aby pomógł Ci unikać pułapek i wykorzystywać możliwości, jakie oferuje era cyfrowa bezpiecznie dla siebie i marki, którą budujesz.

Zapraszam Cię do lektury!



PIOTR KANTOROWSKI



Część I:

Prawne pułapki
w świecie
marketingu cyfrowego
- to wydarzyło się
naprawdę

Dlaczego warto mieć ten e-book

Oczywiście chcąc przekonać Cię do zakupu tego ebooka mógłbym wymyślać setki powodów, a to że jest on rzetelnie przygotowany, a to że napisany przez specjalistów, a to znowu - jedyny taki na rynku. Niemniej, uważam że takie rekomendacje nie dość, że mogłyby świadczyć o tym, że mam nieco (sic!) wygórowaną samoocenę to dodatkowo - co gorsza - prawdopodobnie jedynie by Cię od jego zakupu zniechęciły. Pomyślałem zatem, że po co mam szukać powodów jak ponad pięć milionów takowych napisało samo życie.

Wprowadzając jednak do tego tematu chcę przypomnieć, że w ostatnich latach, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) zintensyfikował swoje działania w zakresie zwalczania nieuczciwych praktyk w marketingu cyfrowym. To, co jeszcze niedawno było uznawane za standardową praktykę, obecnie podlega ścisłej kontroli i może skutkować nałożeniem wysokich kar finansowych. W tym kontekście, zarówno agencje marketingowe, twórcy, jak i marki muszą być świadomi prawnych aspektów swoich działań.

Dlaczego warto mieć ten e-book

W pierwszej kolejności warto zwrócić uwagę na postępowania dotyczące praktyk reklamowych, które wprowadzają w błąd konsumentów. UOKiK coraz częściej interweniuje w przypadkach, gdzie treści reklamowe nie są wystarczająco transparentne lub wprowadzają konsumentów w błąd co do natury produktu lub usługi. Takie działania, które byłyby uznawane za dopuszczalne jeszcze kilka lat temu, obecnie spotykają się z zdecydowaną reakcją regulatora.

Drugim istotnym aspektem są postępowania dotyczące nieuczciwej konkurencji. UOKiK koncentruje się na działaniach, które mogą zakłócać równowagę rynkową, takich jak nieuczciwe praktyki promocyjne, manipulowanie opiniami konsumentów czy nieprawidłowe stosowanie strategii cenowych. W tym kontekście, agencje i marki muszą szczególnie uważać, aby ich działania marketingowe nie były interpretowane jako próba wprowadzenia nieuczciwej przewagi rynkowej.

Trzecią kluczową kwestią są postępowania związane z naruszeniem praw konsumentów. UOKiK zwraca szczególną uwagę na ochronę konsumentów przed praktykami, które mogą naruszać ich prawa, takimi jak ukryte opłaty, wprowadzające w błąd informacje o produkcie, czy nieuczciwe warunki umów.

Dlaczego warto mieć ten e-book

W kontekście tych zmian kluczowe dla każdego przedsiębiorcy jest nie tylko zdawać sobie sprawę z regulacji prawnych, ale i wyposażyć się w dobrze skonstruowane umów zapewniające mu maksymalne bezpieczeństwo. Umowy te powinny wyraźnie określać zakres ustalonych działań marketingowych, wyraźnie zakazywać działań nielegalnych i bezprawnych oraz chronić interesy marki przed potencjalnymi negatywnymi konsekwencjami takich działań. Solidna umowa może stanowić pierwszą linię obrony w przypadku postępowania UOKiK, ograniczając ryzyko nałożenia wysokich kar finansowych, a niekiedy całkowicie je eliminując.

Innymi słowy, być może jeszcze kilka lat temu w przypadku współpracy z influencerami czy twórcami znajomość prawa nie miała większego znaczenia jednak w obecnym krajobrazie marketingu cyfrowego, zrozumienie i przestrzeganie prawa staje się nieodzownym elementem skutecznych i bezpiecznych praktyk. Agencje marketingowe, marki a finalnie co oczywiste także twórcy muszą być świadome ryzyk prawnych związanych z ich działaniami i odpowiednio się do nich przygotować, zwracając szczególną uwagę na skuteczne i legalne praktyki w reklamie i marketingu.

Dlaczego warto mieć ten e-book

Na dobry początek więc opowiem dwie historie, zaczynające się w zasadzie prawie jak bajka, bo w bardzo odległych przedcovidowych czasach, które pokażą jak bardzo podejście UOKiK do marketingu z wykorzystaniem treści zmieniło się w ostatnim czasie i ile ryzykujesz jeśli nie jesteś na bieżąco z przepisami prawa! Pamiętaj, historie te są drastyczne, ale zupełnie prawdziwe!



HISTORIA I

JEŚLI OPINIE TO TYLKO
PRAWDZIWE

